



# Klimakonsortiet

– Aktiviteter og projekter 2008 – 2010



## Forord

Klimakonsortiet kom til verden 2. juni 2008 som et offentligt-privat partnerskab (OPP) mellem staten og fem af de førende erhvervsorganisationer – DI, Dansk Byggeri, Dansk Energi, Landbrug & Fødevarer og Vindmølleindustrien.

Baggrunden for dannelsen af konsortiet var på kort sigt et ønske om at samle dansk erhvervslivs interesser i forbindelse med Danmarks værtskab for FNs klimakonference, COP15, og benytte den internationale medieinteresse for Danmark til gennem konkrete aktiviteter at synliggøre danske virksomheder og videninstitutioners løsninger og kompetencer på klima- og energiområdet. Det var desuden ejerkredsens ønske, at konsortiet skulle påtage sig en koordinerende rolle for alle de erhvervsrettede klimaaktiviteter, som eksterne partnere ønskede at involvere dansk erhvervsliv i.

På længere sigt skulle konsortiets indsats være med til at sikre, at Danmark som nation øger sin tiltrækningskraft i forhold til investeringer, arbejdskraft og studerende på området. Klimakonsortiet var fra starten tænkt som en midlertidig organisation, der skulle ophøre med udgangen af maj 2010. Det samlede budget for Klimakonsortiet nåede op på godt 53 mio. kr., finansieret gennem indskud fra ejerkredsen, projektstøtte fra Fonden til Markedsføring af Danmark samt virksomhedssponsorater.

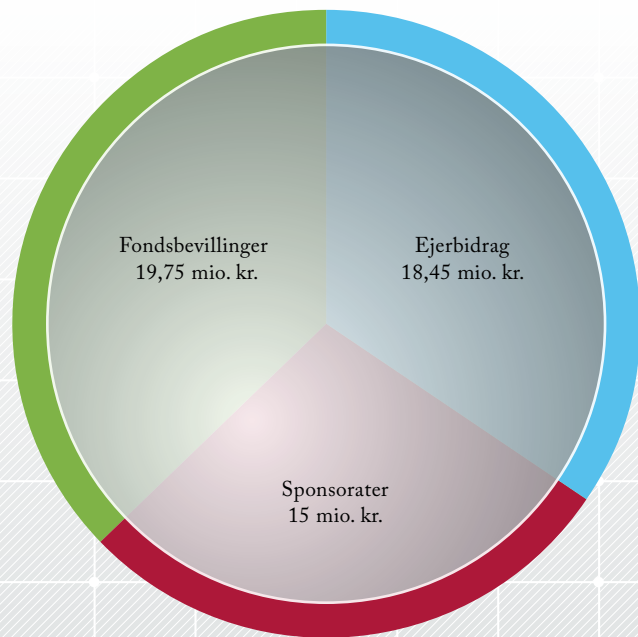
Igennem sin levetid har Klimakonsortiet igangsat en lang række aktiviteter i tæt samarbejde med ejerkredsen bag konsortiet og eksterne partnere, herunder ikke mindst Udenrigsministeriet. Bagest i denne publikation findes en samlet liste over Klimakonsortiets projekter, aktiviteter og partnerskaber.

Klimakonsortiets konstruktion som OPP er blevet betragtet med stor interesse fra såvel indenlandske som udenlandske aktører undervejs i forløbet. Formålet med denne korte gennemgang af konsortiets arbejde er dels at give en kort status, dels at kunne tjene som inspiration for andre, kommende partnerskaber.

# Tidslinje

Juni 2007	September 2007	Februar 2008	Juni 2008	Juli 2008	Marts 2009	December 2009
<b>Idéen fødes</b> På et møde i Erhvervs-klimpanelet frem-sættes ønske om at danne et klima-konsortium.	<b>Arbejdsgruppe nedsættes</b> Repræsentanter fra de organisationer, der havde udvist indledende interesse, inviteres til første arbejds-gruppemøde.	<b>Stiftelse</b> Klimakonsortiet stiftes, og ejerkredsen udpeger hver deres bestyrelsesmedlemmer.	<b>Sekretariat åbner</b> Ansættelse af direktør og stab.	<b>Sponsorkontrakter indgås</b> Tre af landets største virksomheder går ind i Klimakonsortiet som hovedsponsorer.	<b>EnergyMap.dk går i luften</b> Klimakonsortiets største projekt, webportalen EnergyMap.dk, lanceres.	<b>COP15</b> Klimakonsortiets udstilling under COP15 åbner.
						

## Finansiering



## Projekter

Klimakonsortiet har i 2008 og 2009 gennemført og støttet en række projekter, som samlet set har haft til formål til at synliggøre danske klima- og energiløsninger. Herudover har Klimakonsortiet indgået strategiske partnerskaber med en række organisationer og institutioner, der på forskellig vis har styrket arbejdet med at synliggøre de danske løsninger. I de fleste tilfælde har partnerskabernes fokus været en begivenhed eller en række af begivenheder i form af konferencer, udstillinger og events. Udover det har enkelte partnerskaber været orienteret mod mere praktiske opgaver og har således styrket Klimakonsortiet i det daglige arbejde.

Inden for rammen af et OPP har Klimakonsortiet haft mulighed for at indgå i en række forskellige samarbejdsrelationer.

- **Ejerkredsen:** Ejerkredsen har været repræsenteret i bestyrelsen, der har afholdt møder ca. hver 10. uge. På konkrete projekter har der været direkte kontakt mellem konsortiets sekretariat og medarbejdere i de enkelte ejerorganisationer, ligesom ejerne har stillet arbejdskraft til rådighed i forbindelse med flere af Klimakonsortiets aktiviteter.
- **Direkte sponsorater:** Direkte sponsorater har givet særstatus til private aktører i form af markedsføring, tilladelse til at bruge officielt COP15-logo, tilknytning til COP15-aktiviteter, logoeksponering, eksklusiv adgang til Klimakonsortiets projekter, herunder VIP-status og taletid ved arrangementer og tæt dialog med Klimakonsortiets sekretariat. Det vurderes, at Klimakonsortiets hovedsponsorater har opnået et betydeligt afkast på deres sponsorat.
- **Strategiske partnerskaber:** Strategiske partnerskaber er blevet indgået på projektbasis. Partnerskaberne har hovedsagligt været af ikke-økonomisk karakter. De eksterne partnere har set en stor værdi i tilknytningen til Klimakonsortiets brede sigte og netværk i

både offentlige og private organisationer. Klimakonsortiet har kunnet tilbyde partnere at indskrive sig i klimadagsordenen gennem landsdækkende aktiviteter, high level konferencer, COP15-aktiviteter og lignende. Som modydelse har Klimakonsortiet bl.a. fået direkte markedsføring, adgang til partnernes netværk samt varetagelse af specifikke opgaver i forbindelse med projekter herunder planlægning og afholdelse af events.

- **Protektion:** HKH Kronprins Frederik er protektor for Klimakonsortiet. Som OPP har Klimakonsortiet stået som garant for en bred og balanceret gengivelse af de danske styrkepositioner, hvilket har været en vigtig faktor for Kronprinsens accept af rollen som protektor. Kronprinsen har spillet en aktiv rolle i flere af Klimakonsortiets projekter og skabt betydelig positiv opmærksomhed om Klimakonsortiets arbejde blandt nationale og internationale interessenter i pressen, erhvervslivet og offentlige organisationer.
- **Støtte til eksterne aktiviteter:** Sekretariatet har fungeret som fødselshjælper og støtte for eksterne projekter. Ved at involvere sig i disse projekter har Klimakonsortiet kunnet sikre opbakning og gennemslagskraft.

### **Erfaringer med offentligt-privat partnerskab**

Klimakonsortiet har i kraft af sin status som OPP kunnet tilbyde ejere, sponsorer og partnere unikke muligheder for et samarbejde om at markedsføre Danmark som klima- og energination. Konsortiet har for de private aktører fungeret som en formaliseret indgang til de statslige aktører.

#### *Vigtigheden af at have et bredt netværk*

Klimakonsortiet begyndte fra nulpunktet den 7. februar 2008. I kraft af samarbejdet med en række ministerier, ambassader, organisationer, virksomheder og enkeltpersoner lykkedes det at opbygge et stort kontaktnet i virksomheder og ikke mindst medier i alle betydende lande i verden. Det er et kontaktnet, der ikke tørrer ud med afslutningen af FN's klimakonference i København i december 2009. Kontaktnettet kan forstærkes yderligere i de kommende år og give muligheder for en endnu mere markant synlig-

gørelse af de danske løsninger på klima- og energiområdet til gavn for dansk eksport og for danske videninstitutioner og samtidig hjælpe med til at tiltrække udenlandske investeringer til Danmark og skabe nye grønne arbejdspladser.

#### *Samling og koordinering*

Klimakonsortiet har spillet en vigtig rolle som samlende instans for henvendelser af vidt forskellig karakter vedrørende klima- og energiteknologi, aktiviteter op til og under COP15, dansk erhvervslivs rolle i klimadagsordenen og historien om Danmarks rolle som førende klimanation. Derved har konsortiet taget en stor del af presset af ejernes og sponsorerens organisationer og skabt en markant co-branding værdi for de involverede parter. Samtidig har Klimakonsortiet planlagt og udført en samlet presseindsats baseret på en bred dansk klimahistorie, som hver enkelt interessent kan indskrive sig i. Dette har gjort det nemmere at udbrede de enkelte virksomheders og organisationers kommercielle historier. Gennemslagskraften har vist sig at være betydeligt større over for medierne, når en gruppe af virksomheder eller organisationer har stået som fælles afsender på et budskab.

#### *Privat ejerskab*

Klimakonsortiets konstruktion som OPP har muliggjort, at private parter fra ejer- og sponsorkredsen har kunnet få ejerskab af projekter, for eksempel i form af projektledelse, ansvar for events eller involvering af eget bagland. Ved at tage del i definitionen af målsætninger, udformning og udførelse af projekter har private og eksterne aktører løbende kunne følge med i målopfyldelsen.

#### *Opstilling af succeskriterier*

Arbejdet med forskelligartede aktører kræver, at der opstilles klare succeskriterier for projekterne. På den måde skabes der fremdrift og retning, samtidig med, at alle involverede kan se formålet med deres deltagelse. Ved opstillingen af succeskriterier afklares samtidig parternes – ofte forskellige – målsætninger, og der forventningsafstemmes på tværs af projektgruppen. Ved evaluering kan aktørerne desuden individuelt effektmåle på udkommet af projektet.

## Projekter, aktiviteter og partnerskaber

- Global Platform – Multiple Solutions: 500 m<sup>2</sup> udstilling, centralt placeret i Bella Center under COP15, der fungerede som platform for synliggørelse af dansk viden inden for klima- og energiteknologier. Udstillingen dannede rammen om en række velbesøgte side-events, arrangeret af Klimakonsortiet i samarbejde med ejerkreds og en række private aktører.
- Satellituddstillinger: Udstillinger med hovedpointerne fra Global Platform og lokale aktiviteter. Satellitterne blev opstillet i Århus, Odense, Aalborg, Esbjerg og Randers.
- EnergyMap.dk: Internet-platform, som skaber en samlet indgang til de danske energi- og miljøeffektive teknologier og kompetencer. EnergyMap.dk har frem til årsskiftet 2009-2010 haft 186.500 besøg fra 190 lande.
- EnergyTours: Besøgstjeneste, der organiserer faglige besøg fra udlandet til den danske klima- og energisektor. I løbet af 2009 planlagde og gennemførte Klimakonsortiet 89 EnergyTours med over 1.660 deltagere.
- Kompetenceudvikling for internationale journalister: Besøgstjeneste for internationale journalister og andre meningsdannere. Der har i løbet af 2009 været 232 internationale journalister fra 19 af Danmarks vigtigste samhandelspartnere, herunder BRIK-landene, på besøg i landet.
- Copenhagen Key to Climate Investing: International investorkonference den 3.-4. december 2009 for 200 investorer, topledere fra erhvervslivet, brancheforeninger, embedsmænd og journalister fra fem kontinenter.
- Klima-DM: Folkekonkurrence for danskere i alle aldre om at bidrage med de mest kreative og innovative ideer til klimaløsninger. Flere end 850 bidrag deltog, hvoraf tre danmarksmestre blev udpeget.
- Bæredygtig landbrugs- og fødevarerproduktion – Bioteknologi som en del af løsningen: Formidlingsprojekt, bygget op omkring et 'klimalaboratorium', hvor særligt inviterede fagfolk, fødevarerproducenter, NGO'er og repræsentanter fra relevante brancher diskuterede fremtidens fødevarerproduktion og bioteks rolle heri. Konklusionerne blev fremlagt på sideevent under COP15.
- World Business Summit: Konference 24.-26. maj, arrangeret af Mandag Morgen. Målet med partnerskabet var at skabe grundlaget for succes ved at inddrage internationalt erhvervsliv i processen frem mod COP15.
- IARU: International forskerkongres om klimaforandringer, afholdt af Københavns Universitet i Bella Center i marts 2009.
- Nordic Footprints: Samarbejde med kinesisk produktionsselskab om syv dokumentarprogrammer, der satte fokus på danske virksomheders klimaløsninger. Programmerne blev sendt på den landsdækkende kinesiske TV-station CCTV umiddelbart op til COP15.
- 100 Places to Remember Before They Disappear: Fotoudstilling udarbejdet af CO+Life. Udstillingen blev vist i Århus og på Kgs. Nytorv i København op til COP15.
- Energiakademiet Samsø: Partnerskab, hvor EnergyTours har kunnet bruge Samsø som en aktiv del af sin fremvisningsportefølje.

### Øvrige partnerskaber

ATP, Microsoft, Novozymes, Rockwool, Dansk Arkitektur Center, A.P. Møller-Mærsk, Lufthansa, Carlson Wagonlit, Rambøll, de regionale vækstfora, McDonald's, DSB, MetroXpress, VisitDenmark, Københavns Universitet, Mandag Morgen mfl.

KLIMAKONSORTIET

